

## Tilburg University

### Sociale klasse

Verhallen, T.M.M.

*Published in:*  
Marktonderzoek Kwartaalschrift

*Publication date:*  
1974

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

*Citation for published version (APA):*  
Verhallen, T. M. M. (1974). Sociale klasse: Een probleemanalyse. *Marktonderzoek Kwartaalschrift*, 6(3), 31-36.

#### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

#### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# Sociale klasse: een probleemanalyse

Th.M.M. Verhallen

## *Inleiding*

Dit artikel dient geplaatst te worden in het kader van een onderzoek naar sociale klassifikaties dat door de vakgroep Economische Psychologie van de Hogeschool te Tilburg in samenwerking met de Kommissie Bureauoverleg wordt voorbereid. Daarvoor zullen hier enige achtergronden en visies geschetst worden. Uitgangspunt daarbij is een noodzakelijkerwijs enigszins abstracte probleem-analyse.

Het sociale klasse-koncept wordt alom gehanteerd. Problemen voortvloeiend uit de onvergelykbaarheid van de verschillende sociale klasse-indelingen zoals deze in de praktijk van het veldonderzoek worden aangetroffen, hebben enerzijds geleid tot de wens tot uniformering en standaardisatie van de bestaande indelingen, maar tegelijkertijd de vraag opgeroepen naar de betekenis en de functie van sociale klassifikatie.

Uniformering stelt niet alleen de verschilpunten tussen de gebruikte sociale klasse-indelingen aan de orde, het roept tevens de vraag op naar de mate waarin het sociale klasse-koncept en de verschillende gehanteerde operationalisaties ervan toetsbaar zijn aan het stuk sociale werkelijkheid waarnaar zij refereren.

## *Versilpunten*

Onderstaand volgt een korte uiteenzetting van de verschilpunten tussen de gehanteerde sociale klasse-indelingen waarna een verdere bespreking van deze verschilpunten volgt in termen van beoordelingskriteria.

De verschilpunten bij de gehanteerde sociale klasse-indelingen kunnen als volgt gerubriceerd worden:

1. De keuze van indicatoren voor sociale positie verschilt in aantal en in combinatie: inkomen, opleidingsniveau, beroep en functie van de man en eventueel van de echtgenote, daarnaast de gezinssamenstelling, burgerlijke staat,

leeftijd, buurt van de woning, levenscyclus, materieel bezit en kontaktuele eigenschappen (taalgebruik, optreden, uiterlijk, e.d.) komen in verschillende combinaties voor.

2. De wijze van operationalisering van de indicatoren:

Dezelfde indicatoren blijken op verschillende wijzen operationeel gedefinieerd te kunnen worden. Inkomen bijvoorbeeld kan zijn het inkomen van de man of van alle gezinsleden tezamen, bruto of netto, inclusief of exclusief bijzondere uitkeringen, etc.

Daarnaast verschillen de methoden om de indicatoren te meten: Objectieve methoden, objectief in de zin van gestandaardiseerd zowel als in de zin van invariant aan de enquêteur of enquêtrice, worden gehanteerd naast subjectieve methoden, waarbij een schatting door de enquêteur of enquêtrice van een indikator plaatsvindt.

Direkte versus indirecte vraagstellingen worden gehanteerd, terwijl ook verschillende scorings- en verwerkingstechnieken gebezigd worden: absolute aantallen zowel als schaalposities worden opgenomen.

3. Het aantal en de grootte van de onderscheiden sociale klassen. Indelingen in drie tot acht klassen met grootte variërend van ca 5 tot 50% blijken in de praktijk van het sociaal- en marktonderzoek gehanteerd te worden.

### *Het sociale klasse-begrip*

Alvorens tot een nadere bespreking van de verschillen tussen de gehanteerde sociale klasse-indelingen te komen is het dienstig het sociale klasse-koncept nader te omschrijven. Een sociale klasse wordt hier beschouwd als een verzameling van individuen en gezinnen met een ongeveer gelijke sociale positie. Deze sociale positie, zoals later uitvoeriger aan de orde zal komen, wordt hier gezien als een 'opgebouwd' gegeven en kan dus door verschillende variabelen geïndiceerd worden. Afhankelijk van de keuze van indicatoren, die gehanteerd worden, wisselen sociale posities en daarmee sociale klassen.

Anders gesteld: het is dan niet meer persé noodzakelijk te volstaan met alleen een 'vertikale' stratifikatie, zoals de traditionele indeling in welstandsklassen, doch het sociale klasse-begrip krijgt op deze wijze een meer flexibele, meer-dimensionele inhoud. Dit betekent, dat de relevantie van de indicatoren nadrukkelijker dan elders in de discussie betrokken wordt.

Individuen en gezinnen met een overeenkomstig score-patroon op deze indicatoren worden dan beschouwd als individuen en gezinnen uit eenzelfde sociale klasse. Deze omschrijving van sociale klasse is anders dan de nogal eens gebruikelijke sociale klasse-omschrijving in zoverre, dat het hier niet gaat om een betrekkelijk rigide sociaal klasse-koncept zoals bijvoorbeeld door J. Engel, D. Kollat & R. Blackwell (1968) gedefinieerd is: 'Social classes are relative permanent and homogeneous divisions in society into which individuals and

families can be categorised when being compared with other individuals or families in the society'.

Operationalisatie van dit laatste sociale klasse-begrip is alleen mogelijk wanneer homogene sub-populaties éénduidig identificeerbaar zijn, zoals in de Boeren, Burgers en Buitenlui maatschappij. In onze complexe en meer flexibele maatschappij ontstaan al snel problemen doordat de inhoudelijke kenmerken van homogene delen van de totale populatie niet nader geëxpliciteerd worden. De hier geponeerde omschrijving van sociale klasse met behulp van het sociale positiebegrip biedt de mogelijkheid om eerst na de bepaling van reële gedragsverschillen samenhangend met sociale posities te komen tot een optimale keuze van inhoud en grootte van de verschillende sociale klassen.

### *Validiteit*

De validiteit van de sociale positie indicatoren ofwel de mate waarin deze werkelijke verschillen in sociale positie meten, dient als primair criterium bij de keuze tussen sociale positie-indicatoren gehanteerd te worden.

De validiteitsbepaling van de indicatoren kan globaal gesproken op twee wijzen benaderd worden:

1. Door middel van de bepaling van de begrips-validiteit; dit is de mate waarin een indikator of een groep van indicatoren inhoudelijk overeenkomt met het begrip sociale positie. Het begrip sociale positie en het, zoals voornoemd, daarvan afgeleide begrip-sociale klasse (als een verzameling van individuen en gezinnen met ongeveer eenzelfde sociale positie) is echter betrekkelijk vaag omschreven en kan daarom op verschillende manieren opgevat worden. Hier zullen een aantal facetten van het begrip sociale positie worden besproken, welke binnen de feitelijke hantering van het concept door afzonderlijke indicatoren aanwezig gesteld kunnen worden.

- Als eerste en als het meest geoperationaliseerd facet van sociale positie: het geheel van materiële mogelijkheden, potentie, van een individu of gezin. Valide indicatoren hiervoor zijn dan: inkomen, materieel bezit van de leden van de huishouding.
- Als tweede: de set van sociale en situationele determinanten; externe beperkende en modiïerende componenten van een sociale positie. Valide indicatoren: beroepsmilieu, sociaal milieu (familie, vrienden en kennissen), verzorgingsgraad, woonplaats, gezinsgrootte.
- Als derde facet: de meer persoonsgebonden variabelen zoals opleiding, beroep, levenscyclus, persoonlijk waarden- en normenpatroon welke de sociale positie inkleuren en gezien kunnen worden als de richtingbepalende component binnen de sociale positie.

2. Een tweede benadering van de bepaling van de validiteit van sociale positie-

indikatoren ligt in de vaststelling van de relaties tussen de indicatoren met gedragsvariabelen als uitingen van sociale posities. Uit de enkel- en meervoudige relaties van indicatoren met gedragsvariabelen kan de verklaringskracht van het sociale positie-begrip en de validiteit van de indicatoren afgeleid worden. Hierbij dient aangetekend te worden, dat de relatie tussen sociale positie en gedrag, zoals voortvloeiend uit en bepaald door sociale positie, gelegd kan worden o.a. door verklaringsmechanismen en processen als aspireren, refereren, konformer en socialiseren. Vormgevingen en uitingen daarvan kunnen verschillen tussen groepen van sociale posities. Als voorbeeld kunnen we aspireren (wensen) nemen: het wensenpakket van goederen en diensten kan verschillend zijn voor individuen en gezinnen met verschillende sociale posities. 'Proces'-indicatoren zoals aspiratieniveau, wensenpakket, referentie-groep, persuasibiliteit kunnen dan ook als vierde facet van sociale positie gezien worden, naast de eerder genoemde materiële, determinerende en persoonsgebonden facetten.

Beide voornoemde validiteitsbenaderingen kunnen als komplementair gezien worden. De eerste wat deductieve en theoretische begrips-validiteitsbenadering kan vruchtbaar zijn door het aanreiken van hypothetische indicatoren voor sociale positie enerzijds, anderzijds als verklaringsbron voor gevonden empirische relaties tussen indicatoren en gedragsvariabelen. De tweede benadering biedt de mogelijkheid om, door haar empirisch toetsingskarakter, harde resultaten op te leveren.

### *Operationele eigenschappen*

Bij de operationalisatie van de indicatoren dient uiteraard de betrouwbaarheid en sensitiviteit van de meting der indicatoren als beoordelingskriterium.

Wat specifieker gesteld: zuiverheid van operationele definiëring, sensitiviteit, objectiviteit en stabiliteit van meting; eenduidigheid van registratie- en verwerkingsprocedure zijn de beoordelingscriteria met betrekking tot de verschillende stadia welke binnen een operationalisatie te onderscheiden zijn.

Konkrete vragen, die in de operationalisatie-stadia in succesvolle wijze worden gesteld kunnen worden om een inzicht te verkrijgen in de betrouwbaarheid van een indikator zijn bij de operationalisatie van 'inkomen' ter illustratie:

- Wiens inkomen en welk (bruto of netto) inkomen te nemen?
- Hoe kunnen weigeringen, onjuiste opgaven en het antwoord 'weet niet' vermeden worden?
- Wat te doen met variabele inkomens?
- Dienen absolute aantallen of schaalposities genomen te worden?
- Waar kunnen de klasse-grenzen het best gelegd worden?

Vele operationaliseringsproblemen blijken in de praktijk te rijzen en er zelfs toe te leiden, dat bepaalde, moeilijk te operationaliseren indicatoren niet of nauwe-

lijks gehanteerd worden. Voorbeeld hiervoor is 'inkomen'.

Het gevaar ontstaat bij de hantering van de betrouwbaarheid als criterium bij de keuze tussen sociale positie-indicatoren dat een verschraling van het sociale positie-koncept qua verklaringskracht optreedt. Wanneer echter andere indicatoren, die hetzelfde facet van het sociale positie-koncept bestrijken, in plaats van de moeilijk te operationaliseren indikator gehandhaafd blijven is een dergelijke keuze legitiem; uit het oogpunt van praktische toepasbaarheid zelfs wenselijk.

Een uit kostenoverwegingen haalbare sociale positie bepaling zou dan ge-operationaliseerd kunnen worden door slechts vier indicatoren te kiezen, b.v. inkomen, levenscyclus, persoonlijk waardepatroon en referentiegroep, welke alle verschillende facetten van het sociale positie begrip dekken.

### *Het aantal en de grootte van de sociale klassen*

De criteria bij de keuze van het aantal en de grootte van de onderscheiden sociale klassen zijn velerlei.

Identificeerbaarheid en benoembaarheid van de klassen, homogeniteit qua sociale positie binnen de klassen, sensitiviteit met betrekking tot gedragsverschillen tussen de leden van de sociale klassen en flexibiliteit in de toepassingsmogelijkheden zijn enkele van de daarbij mogelijke overwegingen.

Kortom een ideale sociale klasse-indeling bevat eenvoudig te identificeren en te benoemen klassen welke homogeen zijn wat betreft de sociale positie van hun leden en waarbij de onderscheiden klassen onderling zoveel mogelijk verschillen vertonen wat betreft het gedrag van de leden van de klassen.

De mogelijkheid om op een betrekkelijk eenvoudige wijze alternatieve klasse-indelingen te maken, een flexibele indeling dus, zou wenselijk zijn wanneer blijkt dat met betrekking tot verschillende gedragscategorieën een andere klasse-indeling, op basis van mogelijke andere indicatoren, sensitiever is. Het probleem, dat daarbij rijst betreft echter het negatieve verband wat bestaat tussen flexibiliteit en universele toepasbaarheid.

### *Diskussie*

In deze analyse is het rigide sociale klasse begrip als uitgangspunt verlaten en is het sociale positie begrip ervoor in de plaats ingevoegd. De verschillende onderscheiden facetten ervan zullen wisselend van belang zijn voor de verschillende gedragsvelden. Het facet 'koopkracht' zal b.v. het belangrijkste zijn wanneer het gaat om de beslissing of men een huis kan kopen, terwijl de 'persoonsgebonden' indicatoren, zoals life style sterker van belang zullen zijn bij beslissingen betreffende substituerende goederen, zoals b.v. bij goedkopere verbruikartikelen. Een optimaal toepassen van het sociale klasse concept kan dan alleen mogelijk

zijn wanneer het wisselend gewicht van de verschillende facetten ook bij de hantering ervan mogelijk is.

Echter de in het markt onderzoek gehanteerde indicatoren voor sociale positie blijken voornamelijk te stammen uit de categorie materiële mogelijkheden. Indicatoren met betrekking tot de overige hier onderscheiden facetten lijken ondervertegenwoordigd. Een indikator als levenscyclus wordt slechts sporadisch gehanteerd, terwijl indicatoren als waarde- en normensysteem, wensenpakket e.d. in het geheel niet voorkomen. Dit betekent m.i. dat een invoering van de standaardisatie van de nu gehanteerde indicatoren weliswaar operationaliteitsproblemen op kan lossen, het validiteitsprobleem blijft dan echter vooralsnog onopgelost.

### *Literatuur*

1. Baldwin E., Lunn J., *Researching the changing consumer*, in: ESOMAR-seminar on 'Marketing in a changing world', 1972.
2. Corman T., *Welstand*, Dokt. skriptie G.U. Amsterdam 1972.
3. Engel J., Kollat D. & Blackwell R., *Consumer Behavior*, New York, Holt, Rinehart & Winston Inc., 1968.
4. Levy S., Social Class and Consumer Behavior, in: J. Newman (ed), *On knowing the consumer*, New York, Wiley & Sons, 1966.
5. Lunn J., *Classifying consumers in the 1970's*, in: ESOMAR-seminar on segmentation and typology, 1972.
6. Martineau P., Social Classes and Spending Behavior, *Journal of Marketing*, vol. 23, nr. 2, pp. 121-130, 1958
7. Monk D., Burnett Life Style Research, *European Research*, Vol. 1, no. 1, pp. 14-20, 1973.
8. Rich S. & Jain S., Social Class and life cycle as predictors of shopping behavior, *Journal of Marketing Res.*, vol. 5, 1968.
9. Warner W., Meeker M. & Eells K., *Social class in America: a manual of procedures for the measurement of social status*, Chicago-Science Research Associates, 1949.
10. Wells W., Gubar G., The Life cycle concept in marketing research, *Journal of Marketing Res.*, November 1966.
11. Zwan A. van der, *Duurzame consumptiegoederen in het gezin*, Universitaire Pers Rotterdam, 1968.